

Strategi untuk meningkatkan umkm melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk, studi kasus : MOGO = Strategies to improve msme through market penetration and product development case study : MOGO

Henry Hidayat Hasan Liwe, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434058&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai kegiatan business coaching yang dilakukan oleh penulis dan UMKM MOGO, UMKM yang memproduksi dan menjual makanan ringan seperti puding dan kolang-kaling. Tujuan dari tesis ini adalah untuk meningkatkan kondisi UMKM melalui penetrasi pasar, seperti memperkenalkan dan mengiklankan produk UMKM di pasar secara agresif, dan pengembangan produk, dengan cara memanfaatkan kapabilitas MOGO untuk menciptakan produk baru.

.....

The thesis discusses about business coaching conducted by Author and MOGO, MSME that produce and sell snacks such as pudding and kolang-kaling. The goals of this thesis is to improve MSME condition through market penetration, by aggressively introduce and advertise the product to the market, and product development, by utilizing MOGO's capability to innovate new products